

Функция – дать визуальное представление информации, данных и знаний. Метод в создании инфографики специфический, поскольку требуется объединение усилий журналиста, предоставляющего сведения, и дизайнера, эти сведения визуализирующего [2].

С функциональной точки зрения любая инфографика должна давать ответы на традиционные вопросы что? кто? где? когда? как? зачем? почему? В этом инфографика сближается с традиционными журналистскими жанрами, прежде всего информационными. Однако способность инфографики представлять событие (ситуацию и даже проблему) как репрезентативно, так и аналитически, в развитии позволяет выделить такие ее разновидности, как инфографику-заметку и инфографику-отчет (входящие в группу информационных жанров), так и инфографику-корреспонденцию, инфографику-обзор (входящие в группу аналитических жанров). Так, например, инфографика-заметка освещает пространственно-временные характеристики события, ее задача – проинформировать о том, что произошло. Инфографика-отчет нацелена на отображение хода события в основных его этапах. Инфографика-корреспонденция анализирует локальное событие / ситуацию, обозначая причины или следствия того или иного события / ситуации. Инфографика-обзор объединяет однородные факты тематически или проблемно.

Литература

1. Смирнова, Е.А. Инфографика в системе журналистских жанров / Е.А. Смирнова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8: Литературоведение. Журналистика – 2012. – № 11. – С. 92–95.
2. Смирнова, Е.А. Жанровые разновидности инфографики / Е.А. Смирнова // Коммуникация в современном мире. Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» / под редакцией В.В. Тулупова. – Воронеж, 2014. – С. 71–72.

Светлана Харитоновна

Белорусский государственный университет

ДИЗАЙН ЖУРНАЛЬНОЙ ОБЛОЖКИ: СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ

Обложка журнала, с одной стороны, выступает имиджеобразующим средством, инструментом формирования уникальной айдентики издания, с другой – обобщенным отражением визуального образа со-

временности в целом. Развиваясь в пределах определенного эстетико-культурного контекста, отечественная журнальная периодика подчиняется общемировым принципам проектирования номера и одновременно использует собственные приемы оформления. Характерные зрительные образы и графические решения обложки белорусского журнала обуславливают выявление современных трендов ее дизайна.

Существует множество различных подходов к оформлению титульной страницы журнала, зависящих от формата и типа, целевого назначения и графической модели издания. Однако если рассматривать в качестве основного критерия выразительности доминирующий на первой полосе визуальный элемент, можем выделить следующие типы обложки и классифицировать их в порядке убывания распространенности на отечественном печатном рынке.

Наиболее популярным дизайнерским решением «лица» современных отечественных журналов остается *фотография*. Вместе с тем еще столетие назад фотографии уступали свои лидирующие позиции на печатных полосах рисованным иллюстрациям. Фотоизображение впервые появилось в журнале в конце XIX века, и только в 1920-х – начале 1930-х гг. оно начало использоваться как стилиобразующее средство журнала [1, с. 112]. На современном этапе фотография широко используется в специализированной прессе. Женские и мужские журналы, молодежная периодика, развлекательные и fashion-издания («Директор», «ЖЖ. Женский журнал», «Ксюша», «Счастливая и красивая», «Волшебный») размещают на титульной странице портреты героев номера. Как правило, на его открытии публикуются студийные постановочные фотоснимки людей, смотрящих с полосы на читателя. В ряде журналов, посвященных кулинарии, путешествиям, экологии, досугу («Земля Беларуси», «Клуб СВ», «Наша кухня», «Мир спорта», «Охота и рыбалка», «Обстановка») в центре кадра находятся динамичные сюжеты в движении, ландшафты, пейзажи и др.

Существующие подходы к фотоиллюстрированию обложек белорусских журналов объединяет наметившаяся тенденция увеличения информативности и эстетичности публикуемых фотоснимков. При этом нивелируется роль сложных и многокомпонентных композиций, что выражается в постепенном отказе оформителей от множества дробных фотографий и утверждении приоритетности архитектурной простоты полосы.

Шрифтовой способ оформления обложки распространен в ведомственной, профильной и научной журнальной периодике Беларуси

(«Труды БГТУ», «Главный бухгалтер», «Диалог», «Доклады Национальной академии наук Беларуси»). Тем не менее отечественная версия шрифтового подхода к дизайну обложки зачастую выглядит менее ярко и экспрессивно, нежели зарубежная, ввиду применения на титульной странице мелких титульных кеглей и неконтрастных гарнитур («Генеральный директор», «Труд и заработная плата», «Охрана и безопасность труда»). В данном случае обрамление мелкокегельного заголовка широкими полями позволило бы визуальнo усилить значимость его содержания за счет расширения пространственной свободы полосы. Насыщенные шрифты гомерических размеров, невычурные начертания – эффективный и давно признанный оформителями прием акцентуации в иностранной прессе. Контрастная акцидентная гарнитура на светлом фоне страницы (или реверсивный вариант), несмотря на графическую строгость композиции, может выглядеть впечатляюще и выразительно («Планета» – № 5, 2015 г.; № 8, 12, 2014 г.), усиливая значение слов и смысл сообщения, передаваемого читателю.

Рисунок как основной элемент титульной полосы в современной белорусской прессе для взрослой читательской аудитории встречается реже фотографии («Зарботная плата», «Маладосць» 2015 г.), а в зарубежной печати рисованные обложки выступают средством привлечения читателя к необычной теме, изображения экстраординарных событий, и в отдельных изданиях – каноническим и ключевым компонентом стиля (журнал «The New Yorker»). Несмотря на эффект рукотворности, присутствующий в рисованных решениях обложки, гармоничность художественных элементов иллюстрации, отсутствие резких, нарочитых контрастов рисунка позволяют создать стильный образ элeгантности, изысканной простоты и эстетичности издания.

Наиболее эффектным приемом оформления обложки журнала выглядит способ, в основе которого лежит ключевая *идея публикации* (темы номера), воплощенная в ироничном, нередко эпатажном иллюстративно-шрифтовом решении. При этом важно, чтобы зрительный замысел «лица» издания был удобопонятен целевой аудитории, мгновенно считывался и безошибочно трактовался ею, поскольку читатель задерживает взгляд на журнальной титульной полосе не более 3-4 секунд [2].

Нельзя не отметить, что такой нестандартный, творческий подход к моделированию титульной полосы журнала применяется в единичных отечественных изданиях – преимущественно деловых («Дело», «Планово-экономический отдел», «Экология на предприятии»). В тоже время, можно предположить, что их количество непременно будет увеличи-

ваться. Стилистическая оригинальность «концептуальных» обложек, основанная на отказе от консервативных стандартов в оформлении, и поиске актуальных креативных графических идей становится не просто способом выделения издания среди конкурентов, но в первую очередь – отражением нового интеллектуального подхода к визуальному решению титульной полосы.

Параллельно с поиском экспрессивного визуального элемента первой полосы журнала сегодня создатели периодики обращаются к эстетизации журнальной обложки. Титульная страница приобретает композиционную цельность, которая выражается в точности и иерархичности расположения всех элементов, отказе от мозаичности и излишней декоративности. Характерной тенденцией становится намеренное нивелирование изобразительных характеристик журнальной шапки и титульного комплекса (журналы «Pro электричество», «Большой»). Если раньше уникальность оформления логотипа была главным средством выделения издания, то на современном этапе, отказываясь от усложненного акцидентного решения названия журнала, дизайнеры формируют стилистическую айдентику издания в целостном образе, гармонизируя цветковые, иллюстративные и шрифтовые элементы.

Таким образом, обложка белорусского журнала как имиджеобразующее средство и визуальный символ современности в целом, фиксируя характерные зрительные образы и графические решения, позволяет прогнозировать возникновение новых вариантов воплощения стиля, основанных как на трансформации и переосмыслении традиционных приемов проектирования журнала, так и специфике современных трендов оформления, принципиально новых эстетических решениях. При этом основным критерием эффективности и неизменной максимой дизайна обложки остается принцип адекватности образно-выразительных средств содержательной модели журнала и эстетическим предпочтениям читателя.

Літэратура

1. Рожнова, О.И. История журнального дизайна / О.И. Рожнова. – М.: ИД «Университетская книга», 2009. – 272 с.
2. Introduction to magazine cover pages // Magazine Designing [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://www.magazinedesigning.com/introduction-to-magazine-cover-pages>. – Дата доступа: 10.06.2015.